互文性理论视阈下时政类 Vlog 对电视新闻的影响

蓝 刚
（浙江工业大学之江学院，浙江 绍兴 312030）

摘要：【目的】通过分析时政类 Vlog 在叙事主体、叙事结构、叙事视角、叙事方式、叙事场景等方面的特点，探索其作为一种个人化新闻的现实意义和影响。【方法】使用互文性理论，从报道层次、报道样态、报道温度三个方面探讨时政类 Vlog 对电视新闻的拓展和延伸。【结果】研究认为，时政类 Vlog 延伸了电视新闻的社会价值和传播功能，主要表现为主观认识信息得到表现，沉浸化报道提升体验，共性效应丰富内容选择等方面。【结论】增强时政类 Vlog 与电视新闻互动的举措包括加强版权保护明确侵权行为，创新报道形式挖掘新闻价值，打造特色主题延展传播矩阵。

关键词：互文性理论；时政类 Vlog；电视新闻；叙事呈现　　中图分类号：G234　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2023）02-062-06　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2023.02.012
本文著录格式：蓝刚 . 互文性理论视阈下时政类 Vlog 对电视新闻的影响 [J]. 中国传媒科技，2023（02）：62-66，86.

Vlog 独特的传播价值，正成为下一个风口和流量红利的增长空间。随着 Vlog 进入时政领域，其媒介逻辑和传播意义正在对电视新闻的生产方式和传播策略产生影响。

1. 个人化新闻：时政类 Vlog 新闻属性定位

以 Vlog 的形式对时政新闻进行报道，意味着新闻作品创作类型和创作形式多元化。受到媒介属性的影响，时政类 Vlog 兼具社交媒体和内容建构的双重功效，即一方面要满足新闻分发、内容服务的需求，以视频的形式报道新闻，在报道中坚持新闻价值，以客观的视角强化议程设置，以理性的方式报道时政事实；另一方面还需要满足用户的社交需求，打造具有强烈“自我标签”的“人设”来吸引受众，通过情感体验的分享构建起相对稳固的“松圈主义”社交联系，即对圈子若即若离。既不亲近，也不疏离。

两种对立的传播需求构成了时政类 Vlog 的新闻属性，改造着对“新闻客观性”的理解和认识。不同于传统电视新闻，时政类 Vlog 的报道者以“与生俱来的是非意识”介入新闻事件，在新闻报道中毫不隐讳自己的意见、情绪与态度，内容充满了鲜明的个人化色彩，以独特的方式和互联网理念反映事实，因此它的叙事框架充满了个人化叙事表现。个人不仅主导了内容主题，而且建构了故事逻辑，以受众的需求为中心，话题的选择、制造与展开需要满足社交，叙事模式允许受众与新闻故事中的叙事主体进行直接深入地接触。

时政类 Vlog 的社交功能，保证了时政类 Vlog 新闻张力的平衡，既要求“好看”，又要求“耐看”；既要求有“广度”和“温度”，又要求有“深度”和“厚度”；既要有“现场感”和“感染力”，又要保持对新闻专业性的坚守。基于此，可将时政类 Vlog 视为一种个人化新闻。

2. 时政类 Vlog 的叙事呈现

随着 5G 技术的普及和提速，以及各大头部平台纷纷发力 Vlog 领域，Vlog 的使用人群处于急速扩张中，截至 2022 年年底用户规模达 6 亿。[1] 如此庞大的用户数量和可期的媒介前景，使得时政类 Vlog 的叙事呈现出鲜明的特色。

2.1 叙事主体：私人印记下的纪实风格

在传统的新闻生产模式中，报道者要求隐藏自己的观点、情感、立场和态度，从第三者的客观视角以专业者的形象还原新闻现场、新闻事件，这就造成了个人风格展现空间的封闭，与受众产生了一定程度上的疏离感。

“分享”是 Vlog 与生俱来的核心标签，移动通信

基金项目：2023 年度浙江省社会科学界联合会研究课题成果（课题号：2023N111）。

技术的发展使得Vlog的内容生产更似传者与受者的“共创”，文本的完整意义在作者的一次生产和用户主动的再生产中得以协同共建。[2]Vlog带有浓郁的个人风格，个人情感会不可避免地融进报道，“以我为主”的叙事方式，对报道者本人的个人魅力、角色定位都有一定的要求。对事实的矛盾与冲突的专业化判断，有时不得不让位于报道者的个性化展示和人格化报道方式。比如央视新闻推出的《武汉观察》系列Vlog与博主“蜘蛛红面包”制作的《武汉日记2020》，都以第一人称口语化的表达方式，记录了疫情封城期间所观察到的不同人群，所感受到的种种经历。这种饱含拍摄主体观念情绪，同时带有大量游离于新闻主题外的元素的新型新闻模式，在居依·德波看来“是一种被展现出来的可视的景象，也指一种带主体性的、有意识的表演和作秀”。

Vlog多元的生产主体、简单集约的生产流程，决定着其独特的文化底色和迥异的文化基因。Vlog灵活的场景适应性，模糊了私人场景和公共场所的分界；Vlog互动的社交移动性，消融了传者与受者的分野，更适合当下自主选择碎片化阅读模式的需求。

2.2 叙事结构：“一镜到底”下的记录方式

目前Vlog的拍摄设备除了智能手机、专业相机、GoPro、三脚架、自拍杆、收音麦克风、手持云台，还经常使用无人机等器材。专业器材的改进，加强了“纪实性”在时政类Vlog中的核心地位。为了体现纪实性，时政类Vlog在叙事结构上经常使用“一镜到底”的表现风格。所谓“一镜到底”是指通过叙事时空的设计与调度，在一个镜头空间内模拟、缝合或呈现完整的叙事脉络。[3]

在央视新闻发布的《别了！方舱医院》Vlog中，总长7分31秒的节目用了大量的长镜头反映方舱医院最后一晚的情景，从悠闲放松的医护人员，到空荡荡的病床，再到零星的几位病愈等待出院的患者，记录了抗疫前线那些平凡英雄的情与暖。节目末尾2分21秒的时长，仅依靠镜头位移、场景推拉就完成了记者对着镜头自拍自述、医护人员挥手告别和方舱医院外景这样一个连续、流动的叙事时空，呈现出真实感人的瞬间。

“一镜到底”满足了“竖屏”的叙事要求，即在垂直空间内大量地使用“长镜头”就可以相对完整地记录新闻事件的整体片段。“长镜头”在时政类Vlog中的大量使用，维持了新闻记录的完整性和连贯性，虽然相当部分的长镜头充满了沉闷感、缓慢感，在时间维度上与急速变化的新闻事件产生了冲突，但同一镜头中不同的主体和元素间的张力，极大地拓展了时政类Vlog的叙事外延。

2.3 叙事视角：对等交流下的平行化观察

叙事视角是讲述故事的角度和立足点。它不仅为人们提供了观察问题的可能，而且包含着对叙事的事实判断、价值取向、明显或隐蔽的情感倾向。[4]

Vlog的叙事视角为限知视角，即叙事者或故事中的人物以第一人称的镜头视角来讲述故事。相对于宏观的、洞悉一切的全知视角，以及以第三人称为出发点观察世事、获取资讯、解释信息的纯客观视角，时政类Vlog由记者或主持人以博主身份出镜的方式，以第一人称的叙事视角记录和介绍正在发生的新闻事实，让受众跟随博主一起亲身体验新闻事件现场，所有新闻事实仿佛就在受众眼前[5]，因此能够最大限度地还原新闻原貌，在保证新闻真实性的同时，带动受众的情绪，使受众产生强烈的在场感。因此时政类Vlog报道语言明显不同于电视新闻，主要以日常口语为主，同时使用了大量网生语言。在《丹车赴会·许丹睿的两会Vlog》系列中，诸如“两会头脑风暴中，请勿打扰，后果自负”的镜头画面语言，以及在每条Vlog中留下的有关不同话题点的“梗”，不仅使严肃的两会报道增添了趣味，而且增加了话题社交度，提高了受众对时政话题的参与度，增强了报道的传播力、感染力和影响力，提高了受众对新闻的关注度。

2.4 叙事方式：受众赋权下的非线性叙事

相对于中心突出、主题明确的电视新闻线性化叙事，时政类Vlog的叙事方式不是以时间的发展、演变来推进，而是以时空交错向度作为故事展开的依托。这种非线性化叙事导致了时政类Vlog叙事方式的多样性，既能围绕着某一新闻核心事件，又能够在新闻事件边缘地带开辟出一个个周边。这些周边丰富了新闻事件的层次和内容，立体构筑了新闻报道的高度和侧面。如新华社推出的Vlog《这是你没见过的，我更没见过的复兴路四号》，通过穿插大量的个人记忆片段、老照片和文献视频，从不同的侧面、不同的角度对中联部进行今昔对比，将中联部形象完整地展示出来，很大程度上拉近了普通人与这处在外界看来比较神秘的部门的距离。

作为一种社交媒介，微观化、碎片化的非线性叙事方式体现了 Vlog 浓郁的后现代风格。采用非线性化叙事的 Vlog 更多地关注于内容的渗透动力和社交张力，即内容是否能够扩展、巩固受众的社交网络，是否具有社交谈资的价值。由此形成的传播链条虽然不足以触及事实的全过程和完整面貌，但增强了对受众群体的号召力和影响力，留给了受众更多的独立思考空间。

2.5 叙事场景：后台前置下的社交表演

美国社会学家戈夫曼认为，社会和人生是一个大舞台，这个舞台可区分出前台和后台。

前台是让观众看到并从中获得特定意义的表演场合，呈现的是能被他人和社会所接受的形象。后台是为前台表演做准备、掩饰在前台不能表演的东西的场合，人们会把他人和社会不能或难以接受的形象隐匿在后台。

按照这个观点，同样可以把新闻生产的场景分为前台、后台。采访过程、采访方法、消息来源、原始材料、内容加工等新闻生产准备过程属于“后台”，在传统的新闻生产过程中是不允许在新闻产品中出现的。“前台”则是受众期待看到的被包装好已完成的新闻产品和新闻议题，后台是为前台做表演准备的场合。Vlog 的社交功能使场景“成为继内容、形式、社交之后媒体的另一核心要素”。[6] 因此在时政类 Vlog 中，出现了大量后台前置的报道。如新华社推出的《揭秘 Vlog——记者职场一键换装 & 报道日常》，通过对记者在不同报道场合如何变换服装等新闻故事背后的关注，丰富了新闻产品的内容意义和后续价值，增强了新闻议程的功能。

将新闻生产的“后台”行为及准备场景移置到前台，打破了新闻生产与受众之间的阻隔，将生产过程由封闭走向公开，延长了新闻价值链条，丰富了新闻生产的场景，增强了新闻生产的透明性，有助于提升新闻的可信度，满足了移动媒体时代受众对新闻生产提出的新要求。移动媒体时代超载的信息容量影响着受众信息接收和处理能力，不透明的信息不仅增加了受众的阅读负担，而且还增加了对有价值的信息和核心内容的把握难度。后台前置，将新闻生产流程适度的公开，可以在“权威祛魅的同时也赋予了个体的私人情景融入更多公共情景的可能”。[7]

3. 时政类 Vlog 对电视新闻的拓展与延伸

法国符号学家朱莉娅·克里斯蒂娃在 20 世纪 60 年代提出互文性理论，这种理论认为“每一个文本都是其他文本的镜子，每一个文本都是对其他文本的吸收和转换，它们相互参照，彼此牵连，形成一个潜力无限的开放网络，以此构成文本过去、现在、将来的巨大开放体系”。[8] 互文性理论强调，任何文本都不可避免地包含其他文本，不同文本间的相互作用和影响共同建构着话语秩序及对社会过程的介入。随着媒介技术的发展，媒介生态的演化，特别是到了移动媒体时代，互文性理论被赋予了更广泛的阐释空间和更丰富的意义特征。传统观念中的文本边界概念不复存在，任何文本意义的生成与阐释都是暂时的、不稳定的，不仅受到其他文本的制约，也受到其他受众观念的影响。[9]

相对于电视新闻，时政类 Vlog 受众的收视行为一方面显得随性，注意力、兴趣点处于高度的活跃状态；但另一方面，碎片化的阅读行为、算法推荐和个性化订制能够勾勒出个体的文本特殊体验和收视实践。互文性的实质，是不同文本间的融合，主要体现为形式上的共通。时政类 Vlog 作为一种个人化的新闻报道形式，看似是“具有自我意识”的报道者对自我见闻和感受的叙述，但事实上它的文本意义会对电视新闻等其他文本产生影响。特别是在对同一信息源的新闻进行报道时，时政类 Vlog 和电视新闻的文本会相互交叉、相互关联，互相借鉴、互相依托，在表达方式方面各自创新，对事实的展示更加丰富立体。在具体的报道实践过程中，同一新闻事件在时政类 Vlog 与电视新闻中呈现，受众在不同的文本间流动，意义在不断地阐释中增殖，扩大了文本的场域，有助于实现预期的社会目的，提高和延伸时政类 Vlog 与电视新闻的社会价值。但是，由于时政类 Vlog 和电视新闻按各自的逻辑运行，或单独行进，或平行发展，因此受众可能会对新闻的重要性或因果关系的认知产生偏差。

3.1 报道层次：主观认识信息得到表现

电视新闻的报道分为三个层次，第一层次属于基本报道，包括事件概况报道、动态消息、新闻事实追踪调查和分析；第二层次为全局报道，即通过宏观的叙事视角报道宏大的主题，凸显主题的内在价值和重大意义；第三层次是对第二层次报道的补充，即通过典型人物、典型事件来折射宏大主题，因此可以看作是对第二层次的反向报道。相对应的是，新闻报道的

信息层次也可以分为新闻信息、背景信息、主观认识信息。其中主观认识信息是内容生产者认识、判断的结果，包含对信息的评说、议论、解释、抒情，具有强烈的暗示和引导作用。依据新闻价值理念客观性原则，主观认识信息在电视新闻中置于事实报道之后，使用的空间和范围受到极大的压缩。

电视新闻的大众传播特性在表现新闻内容、讲述新闻故事的时候，很难兼顾到部分受众的需求和疑惑，对新闻信息的筛选、解读有时会减弱新闻报道的针对性。Vlog 新闻属于个人化的新闻报道，对题材的选择、内容的生产、观照的角度是以普通受众的需求为标准，因此在具体的报道中主要以个人化的角度传达信息、反映现实，以第一人称将事件场景、感悟、认知、体会、判断分享给受众，以人们的个人故事、体验为切入点和线索，报道重大的新闻事件或解释新出台的法规政策等。[10] 在这个过程中会不可避免地掺入主观认识，但这类信息更具体验感，因此带来的冲击也更真实、更细腻、更深刻，体现了受众主体地位，反映了受众的主体意识，因而也容易获得受众的关注。

3.2 报道样态：沉浸化报道提升体验

时政类 Vlog 多从第一视角记录事件发展、还原真实场景，具有高度的人格化特征，因此能够营造出“心理在场”的沉浸体验，即受众置身于故事情节和其中的人物中，置身或参与故事角色或故事事件中，成为新闻故事的一部分。

沉浸体验通过寻找接地气的视角和落地的语言来报道严肃的时政话题，突破了电视新闻严肃的叙事报道风格，更加贴近市场、贴近现实、贴近一般受众，使时政类新闻为更多的普通受众所接受，拉近了与受众之间的心理距离。

沉浸式体验的产生既需要有主观心理状态的感受，又需要有外部系统产生的客观环境。在新技术环境下，全景 VR、虚拟 360 场景在 Vlog 中的使用，心理在场结合实景跨屏，丰富了媒体属性，提升了受众的体验感。

3.3 报道温度：共情效应丰富内容选择

当前，时政类 Vlog 在报道上的共同特点是越来越注重通过典型人物、关键细节、场景等微观视角来表现主题，重在从繁琐的事实中挖掘出新的价值，在更深层次上引起受众的共鸣。由于 Vlog 的叙事方式是以“我”为主，因此生产出来的新闻不再是面向大众传播时代所谓的“大众”，而是基于个体偏好、空间或情景需求的细化类的“社区型大众”。“社区型大众”与电视新闻面向的宽泛意义下的大众有着极大的不同。这类“大众”对信息有着不同的需求，不同的理解和判断，有能力改造媒介生态和新闻场景并介入新闻实践，将这类“大众”联结在一起的是情感，因此如何制造共情效应成为时政类 Vlog 成败与否的主要依据。央视的李红、王冰冰，新华社的丹睿、张扬的 Vlog，能赢得较高的点击率和高数量的弹幕及评论，除了内容、主题，个人品牌形象、角色定位、人格化特征所营造的共情效应是影响受众观看的主要因素。

4. 时政类 Vlog 与电视新闻的互动建议

基于场景向用户提供服务是移动传播的本质，Vlog 以个体为中心基于内容的表演与观看的自媒体个人表达传播形式，目前在时政领域特别是在重大新闻报道中日益活跃，成为全媒体报道的一部分，不仅填补了电视新闻内容报道上的空白，而且语言风格、叙事形式也对电视新闻起到了反哺作用。因此，增强时政类 Vlog 与电视新闻的互动，能够丰富新闻报道形式，加强新闻理论的建设，进一步发挥时政新闻的功效和传播力度。

4.1 加强版权保护，明确侵权行为

生产时政类 Vlog 需要具备专业的文稿写作、后期剪辑、配音配乐的能力，因此时政类 Vlog 的制作单位除部分自媒体人之外，相当数量来自传统的新闻生产机构，同一信息来源和选题经常被同一个团队用于 Vlog 与电视新闻。专业的内容生产团队在创意、采访、选题、拍摄、配乐、剪辑、发行、合作等流程上高效合作，保证了节目定期定时的推出。然而相对于电视新闻，Vlog 在版权保护上面临着极大的“不确定性”。2021 年 4 月 25 日，在国务院新闻办公室举行的新闻发布会上，中宣部版权管理局领导谈到视频领域版权保护问题时说：“短视频（Vlog）侵权盗版的问题比较严重，广大权利人反映强烈，引起社会关注。”一些时政新闻，尤其是对突发性、灾难性、重大性的事件报道，时政类 Vlog 的点击量、转载率远超于电视新闻，因此未经许可擅自使用、转载或二次剪辑进行传播，博取眼球，吸引热度，赚得流量等侵权行为屡见不鲜。其主要原因在于：一是对抄袭侵权行为的界定相对模糊，《中华人民共和国著作权法》对抄袭侵权的评定基准、要素构成、情节因素等行为虽然做了原则上的规定，但缺乏具体的标准和评定方法。除了粗暴的简

单搬运，利用技术手段对已经发布的作品修改参数或视频帧率进行形式上的转变、语句上的调换，对原创思想、主题表达的模仿等种种“洗稿”行为还没有作出明确界定，缺乏相应的认定机制。在维权方面，维权周期长，维权成本高，维权难度大，导致了一些传统新闻生产机构对时政类 Vlog 的投入、生产和经营的积极性不足。二是随着近年来新媒体信息量的不断增多，对新媒体传播工作人员的信息筛选能力提出了较高的要求，如果新媒体传播工作人员存在该项能力欠缺，极易让各类信息横行，对传播秩序造成不利影响。[11]

要增强时政类 Vlog 的建设，除在法律法规方面进一步明确侵权抄袭行为外，还需要超越信息文本技术管理的逻辑，增强信息流管理逻辑 [12]，各类视频平台和公众账号生产运营者应该尊重原创，未经授权不得对相关作品实施剪辑、切条、搬运、传播等，保证时政类 Vlog 在良性有序的竞争环境下健康成长。

4.2 创新报道形式，挖掘新闻价值

运用 Vlog 进行新闻报道，有利于转变传统时政新闻过于严肃的报道形式。但时政类 Vlog 在真实性的把控上不及设置多重把关机制的电视新闻，因此为了规避新闻失实带来的负面效应，一些时政类 Vlog 对新闻事件的报道，或是单纯的幕后记录，或是前期准备花絮，或是个人感受。这种对新闻核心事实的补充性描述式报道，缺乏创新性表达，对新闻本质的挖掘和解析难以深入。另外，为了迎合收视需求而采用的娱乐化报道形式，也容易产生新闻专业主义的缺位。

时政类 Vlog 的时长约为消息类电视新闻的 2~3 倍，一般为 4~10 分钟。加强时政类 Vlog 报道形式的创新，应充分利用这种类似于小型专题片的时长，挖掘新闻事实，揭示事实本质，透析“新闻背后的新闻”。加强时政类 Vlog 的深度报道，对受众所关注的问题事前合理选题策划，宏观把握叙事逻辑，准确报道事实真相，客观表现发展趋势，不仅能够扩大舆论影响力，树立权威报道的形象，而且由于报道主体鲜明，表现形式丰富，包容量大，既能满足受众的阅读习惯和好奇心，又有利于通过对新闻要素的立体组织，提炼出更丰富的新闻价值，使新闻内涵得到全面系统的展现。

4.3 打造特色主题，延展传播矩阵

“碎片化”报道已不能满足受众阅读消费升级的需要和社会对优质内容资源的需求。当前时政类 Vlog 的成功多为单个报道的突破，尚未形成全线的发展，所谓“花絮”“幕后”在各类时政类 Vlog 中占得分量过多，已经影响到时政类 Vlog 作为新闻产品的竞争力。时政类 Vlog 要取得广泛的影响力和传播力，掌握舆论宣传的主动权，发挥正确的舆情解释和报道的职能，要求叙事主体有较强的舆情引导能力和把控新闻内容的敏锐感知力 [13]，围绕受众共鸣点，通过独到的分析与表达，高立意、新角度打造特色主题，深耕时政报道的垂直领域，拓延报道深度和选题广度，发掘出新的报道着力点，弘扬社会主义核心价值观，讲好时代主题故事，满足受众对时政类 Vlog 多场景观看、个性化使用的心理需求和情感需求，增强受众对时政类 Vlog 的信任和黏性。

在信息传播分众化的今天，根据不同受众的特点，制作出不同类型、不同风格在不同平台上发布的内容已成为媒介发展的必然。虽然时政类 Vlog 非线性的叙事逻辑、互联网思维的报道风格和人际化社交互动是电视新闻难以比拟的，但电视新闻多年形成的口碑效应、专业形象和权威地位是时政类 Vlog 短期内无法取代的。因此，将时政类 Vlog 与电视新闻结合，打造时政类新闻内容生产实践的传播矩阵，形成聚合效应，既能提升电视媒体在新舆论场的影响，加强优质内容资源的建设，又能发挥时政类 Vlog 的社交媒介价值和社会影响力，树立时政类 Vlog 的品牌形象。

结语

当前，媒介融合转型正向深层次发展，探索时政类 Vlog 对电视新闻的影响，有利于增强 Vlog 在时政类新闻报道中的比重，促进时政类 Vlog 报道方式的创新，进一步发挥时政类 Vlog 沉浸化、立体化的报道优势，扩大时政类 Vlog 的影响面，为时政新闻报道形式多样化提供更多的新路径。

参考文献

[1] 张文娟，朱颖颖 .Vlog：短视频传播的变与不变 [J]. 传媒，2020（1）：45-48.

[2] 刘涛，刘倩欣 .“一镜到底”：融合新闻的叙事结构创新 [J]. 新闻与写作，2020（2）：74-80.

[3] 彭兰 . 无边界时代的专业化重塑 [J]. 现代传播，2018（5）：1-8.

[4] 苗昕 . 纪录片《听起来很好吃》的多重叙事视角分析 [J].

（下转第86页）